

《营销经理》

图书基本信息

书名：《营销经理》

13位ISBN编号：9787500105015

10位ISBN编号：7500105010

出版时间：1998-01

出版社：中国对外翻译出版公司

作者：(美)亚历山大·希亚姆

页数：517

译者：蒋小燕/等

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《营销经理》

内容概要

本书详细描述各种实用的技巧和策略，着重指出明天的竞争优势来源而不是累述昨天的；它阐释了营销领域的永恒主题，重点在于说明这些主题目前有效的实施情况；它还汇集了不同产业和职业的主要思想家的观点，从而为各种解决问题的方式与方法之间的互益性交流提供了一种独特的媒介。

书籍目录

目录

第一篇 行业创新企业的工具和技巧

第一章 营销战略与计划

第二章 广告与促销

第三章 产品开发与投入

第四章 直接营销

第五章 销售及销售管理

第六章 行业营销与企业间营销

第七章 市场调研和分析

第八章 公共关系与公司营销

第九章 定价

第十章 营销管理

第二篇 营销和管理中的职业道德问题

第三篇 营销经典一分钟指南

营销与广告词汇表

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com